

Firuzə Qaraxan qızı ABBASOVA
iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru,
Azərbaycan Kooperasiya Universiteti

BEYNƏLXALQ TURİZMİN İNKİŞAF TENDENSIYASI

Xülasə

Məqalə beynəlxalq turizm və onun inkişaf perspektivlərinin araşdırılmasına həsr edilmişdir. Müəllif son dövrlərin statistik məlumatlarının və elmi tədqiqatlarının ümumi analizindən çıxış edərək beynəlxalq turizmin inkişaf tendensiyasında yaxın illərdə müəyyən dəyişikliklərin baş verəcəyini bildirir. O, turizmin inkişafının stabil qalacağını, bu sahədə əldə olan gəlirlərin sabit və davamlı olacağını bildirməklə bərabər, turizm bazarlarının yerdəyişmələrə məruz qalacağını, beynəlxalq turizmin Avropadan Asiya, Afrika və Latın Amerikasına ölkələrinə keçəcəyini proqnozlaşdırır. Məqalə müəllifi respublikamızın da turizm perspektivinə malik olduğunu diqqətə çatdırır və bu sahədə görülməli vacib işlərin olduğunu bildirir.

Açar sözlər: beynəlxalq turizm, turizm regionu, turizm sənayesi, investisiya, rekreasiya, infrastruktur, büdcə gəliri.

Giriş

Müasir dünyada turizm iqtisadiyyatın yüksək gəlirli sahələrindən biridir. Belə ki, bir çox infrastrukturların inkişafına birbaşa və dolaylı təsir göstərir. Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatına (ÜTT) görə, qlobal iqtisadiyyatın ən dinamik sektorlarından biri olan turizm mənfəət baxımından yalnız neft hasilatı və emalından geri qalır. Qlobal ümumi milli məhsulun təxminən 6 faizini, investisiyanın 7 faizini, istehlak xərclərinin 11 faizini və bütün vergi gəlirlərinin 5 faizini turizm təşkil edir. Bu baxımdan əksər ölkələrin turizm sektoruna xüsusi diqqət göstərməsi təbii sayılmalıdır. Çünki bu sektor nəqliyyatın, sosial sferanın, xidmət sahələrinin yüksək inkişaf səviyyəsinə əsaslanır və hər bir 16-cı iş yeri turizmə məxsusdur [1. s. 35].

Turizmin öyrənilməsi məsələsi ilə bir çox alimlər, o cümlədən E. Голубков, Е. Ильина, А. Зимовets, М.Р. Мalska, N.V. Antonyuk və başqaları məşğul olmuşlar. Ümumi gəlindən qənaətə görə, sosial kateqoriya olan turizm çoxsaylı faktorlar əsasında formalaşır və bu amillər ona tələbatı artırır da, azaldır da bilər.

Müasir turizm tədqiqatçılarının fikrincə, turizm bazarında tələbatın dəyişməsinə aşağıdakı amillər təsir göstərir.

Ümumi iqtisadi amillər:

- kütləvi istehlakçının maddi rifah səviyyəsi, işləyən insanlar arasında iş və boş vaxtın nisbəti, xüsusi investisiya sahələri, turizmin inkişafı proqramlarının hazırlanması.

Sosial-demoqrafik amillər:

- yaş; cins, peşə, təhsil, ailə vəziyyəti, yaşayış səviyyəsi, şəhərdə və ya kənddə yaşaması, turistlərin yaşadığı yaşayış məntəqəsinin genişliyi və s.

Mədəni və sosial-psixoloji amillər:

- cəmiyyətin mənəvi dəyərlər sistemindəki prioritetlər, istehlak psixologiyası, kredit proqramlarının səviyyəsi.

Fərdi davranış amilləri:

- fərdi xüsusiyyətlər, həyat tərzi, asudə vaxtın təşkili, mənəvi dəyərlər sistemi, hədəf parametrləri, bağ mövsümünə münasibət, həcc ziyarəti [2. s. 98].

Turizm bazarı məlumat, vasitəçilik, tənzimləmə, qiymət, stimullaşdırıcı, yaradıcı-dağıdıcı və fərqləndirici kimi bir çox funksiyaları yerinə yetirsə də, onların içərisində ən əsasları aşağıdakılardır:

1. Turizm məhsulunun dəyərinin və istehlak dəyərinin reallaşdırılması;

2. Turizm məhsulunun istehlakçıya (turista) çatdırılması prosesinin təşkili;

3. Əməyə münasibətdə maddi həvəsləndirmənin iqtisadi baxımdan təmin edilməsi [3. s.266].

Turist bazarı vasitəsilə birinci funksiya yerinə yetirilərkən turist məhsulunun dəyərinin pul mübadiləsi şəklində hərəkəti baş verir. Əmtəə-pul münasibətləri aktının başa çatması, turizm məhsulunun dəyərinin reallaşması və onun istehlak dəyərinin ictimaiyyət tərəfindən qəbul edilməsi deməkdir. Bu yolla ictimai istehsalın normal gedişi təmin edilir, turizm sənayesinin inkişafı üçün pul vəsaiti yaranır və toplanır. Turizm sənayesi müxtəlif xidmət sahələrini özündə birləşdirən bütövlük sistem olması ilə xarakterizə olunur, buraya kiçik restoranlar, motellər, otellər, istirahət evləri, camaşırxana, dükanlar və s. daxildir.

Müəyyən vaxtdan sonra turizmə qoyulan ilkin investisiya təsərrüfatın köməkçi və dəstəkləyici sahələrinə - otellərə, restoranlara, ticarət mərkəzlərinə, limanlara, aeroportlara və s. daha çox investisiya cəlb edir. Kiçik biznesin çox sayda müəssisələrini özündə cəmləşdirən regionun turist infrastrukturunun təkmilləşməsi yerli sakinlərə də xeyir verir; turizm gəliri tez bir zamanda region əhalisinin ən geniş təbəqələri arasında bölüşdürülür, yəni bütün cəmiyyət bundan iqtisadi fayda əldə edir.

Turistlər əsasən digər ölkələrdən, regionlardan gəlir və onların xərclədiyi pullar turist qəbul edən ölkənin vergi bazasının genişlənməsi deməkdir; satışdan adi vergiyə əlavə daxilolmalarla yanaşı, onlar bəzən az da olsa birbaşa vergi də ödəyirlər. Hava limanı və viza ödənişləri, giriş və gömrük rüsumları turistlərin vergiödəmə metodlarının hazırda istifadə olunan bəzi nümunələridir.

Bu xüsusi hallardan əlavə, turistlərin pul xərcləmələri ənənəvi vergi daxilolmalarını artırır. Beləliklə, turizm bölgənin gəlirini artırır, məşğulluğu, sərmayəni genişləndirir və s.

Turizmin inkişafının müsbət nəticələri ilə yanaşı, onun mənfəət təsirlərini - turizm mono-kulturası adlanan inkişafı da unutmamaq olmaz. Torpaq, turizm ehtiyatları və kapital uğrunda rəqabət mübarizəsi kənd təsərrüfatını və yerli sakinlərin digər ənənəvi gəlir mənbələrini sıxışdırır. Turizm sənayesində əməkhaqqının daha yüksək olması işçi qüvvələrinin kənd təsərrüfatından uzaqlaşmasına səbəb olur. Çoxsaylı turistlərin gəlişi ilə əlaqədar olaraq istehlak həcmi artdığı halda, kənd təsərrüfatı məhsullarının həcmi azalır. Ənənəvi həyat tərzi və kütləvi turizm yerlərində təbii lanştaft ya pozulur, ya da tamamilə məhv olur. Rəngarənglik iqtisadi sabitliyin təməlidir. Bir sahə kəskin iqtisadi tənəzzül yaşadıqda, digəri inkişaf etdikdə, böhran rizki azalır. Böhran baş verdiyi halda isə, onun nəticələri yumşaq olur. Buna görə turizm bəzən iqtisadiyyatın saxələndirilməsinə töhfə vermək əvəzinə, kənd təsərrüfatı sahəsini əvəz edir. Ancaq turizmin əvəzedici bir sahəyə çevrilməsi arzuolunmazdır və bunun bir çox səbəbi var.

Birincisi, turizm mövsümi bir hadisədir, təbii ki, bu halda tələb stabil olmayacaq. Beləliklə, turizm bölgənin əsas sənayesi olarsa, turist mövsümünün zəif olması məşğulluq sahəsində ciddi problemlər yaradır.

İkincisi, sayahətə tələbat əhəmiyyətli dərəcədə turistlərin gəlirləri və zövqlərindən asılıdır və bu amillər turist qəbul edən bölgənin nəzarətindən kənarıdır. Başqa sözlə, bölgənin bir sənaye sektorundan asılı vəziyyətə düşməsi qətiyyətlə arzuolunan deyil.

Belə ki, turizm müəyyən sosial xərclər və ətraf mühitin qorunması ilə bağlı turist qəbul edən bölgənin, onun sakinlərinin üzərinə əlavə xərclər yaradır. Turizmin çox sürətli inkişafı və ondan tam asılılıq bir dilemma doğurur.

Bir tərəfdən, davamlı inkişafın dayandırılması iqtisadi böhran qorxusu yaradırsa, digər tərəfdən, turizmin inkişafının məhdudlaşdırılmaması ölkənin təbii və mədəni sərvətlərini yox edə, yarırsız vəziyyətə sala bilər.

Bəzən inkişaf etməkdə olan ölkələrin hökumətləri turizmə çox nikbin baxırlar. Onlar turizmin inkişafına yönəlməsi və prioritet xarakter daşıyan aktiv investisiya proqramları həyata keçirirlər. Müəyyən hallarda belə bir yanaşma daha önəmli sahələrə investisiya qoyuluşunda problemlərin yaranmasına gətirib çıxara bilər. Məsələn, turizmə qoyulan pullar təhsil, səhiyyə və digər sosial ehtiyacları xərclənə bilər.

Bəzən turizm inkişaf etdiyi regionda inflyasiya doğurur; “turist” pulu hesabına gəlirlərin artması inflyasiyaya səbəb ola bilər. Zəruri malların-ərzaq, geyim, mənzil və nəqliyyat- qiymətləri artır. Turist bölgələrində, bir qayda olaraq, torpaqların qiyməti sürətlə yüksəlir. Xaricilərin məzuniyyət dövründə turizm bölgəsində yaşamaqları üçün ödəməyə hazır olduqları vəsait yerli sakinlər tərəfindən təklif olunan kirayə yaşayış yerlərinin qiymətinin düşməsinə səbəb ola bilər. Yaxud da turist sənayesinin inkişafı mənzil bazarını sıradan çıxarar.

Beləliklə, turizm iqtisadi inkişafın bir vasitəsi kimi əhəmiyyətli potensiala malik olsa da, o, bütün iqtisadi xəstəliklərin müalicə vasitəsi sayıla bilməz. Hökumət, inkişafa səbəb ola biləcək xərcləri nəzərə alaraq turizm gəlirlərini optimallaşdırmaq üçün (maksimumdan çox) say göstərməlidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə turizm xərcləri böhrana səbəb ola bilər, çünki inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatı turizmin bütün xərclərini asanlıqla ödəyə bildiyi halda, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə bu məsələ problem yarada bilər.

Müasir turizmin inkişafının xüsusiyyətlərindən biri beynəlxalq turist axınlarının müxtəlif bölgələrdə və ölkələrdə qeyri-bərabər paylanmasıdır. Bundan başqa xaricə gedənlərin ümumi sayının 20-30 faizi kütləvi turistlər və ya turist qrupları, qalan 70-80 faizi isə fərdi şəkildə yaxın ölkələrə səfər edən turistlərdir.

Son illərdə kütləvi turizmin xeyrinə aşağıdakı amillər hesabına dəyişikliklər baş vermişdir:

- boş vaxtın artması;
- hava nəqliyyatı qiymətlərinin azalması;
- qrup halında səyahət edən turistlərin rahatlığı üçün çarter reyslərinin sayının artması;
- yüksək qazanc gətirən bir sahə kimi tur operatorların kütləvi turizmə marağının artması;
- iqtisadi cəhətdən yeni sərfəli istiqamətlər axtarışı;
- kütləvi turizmde iş yerlərinin sayının artması;
- turpaketlərin qiymətinin ucuz olması səbəbindən avtobusla səyahət edən turistlərin sayında artım.

Kütləvi turizmin inkişaf tendensiyalarında aşağıdakıları qeyd etmək olar:

- fərdi turizm (turizm məqsədi ilə müstəqil şəkildə səyahət edən edən turistlər) kütləvi turizmə nisbətən daha yavaş inkişaf edir.

Öz məzuniyyətini fərdi şəkildə keçirməyi planlaşdıran turistlər bir sıra üstünlüklərə malik olsalar da, uzaq məsafələrə belə səyahətləri həyata keçirmək olduqca çətin, eyni zamanda fərdi proqramların dəyəri yüksəkdir.

Rekreasion məqsədi ilə həyata keçirilən səyahətlər həcmi işgüzar turizmlə müqayisədə artmaqdadır. Məsələn, XX əsrin 70-ci illərində beynəlxalq turizm bazarında biznes seqmenti üstünlük təşkil edirdisə, indi nisbətən rekreasion turizminin xeyrinə dəyişmişdir: turistlərin 60 faizi istirahət məqsədilə, yalnız 40 faizi işlə bağlı səyahətə çıxır.

Iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş bütün ölkələrdə işçilərə ödənişli məzuniyyət verilir və məzuniyyətlərin müddəti artırılır. Məsələn, Yaponiyada əksər kateqoriyalı işçilərə ildə 7 həftəlik məzuniyyət verilir ki, bu da uzun səyahətlərə imkan verir. Belə olan halda müştərilərin xidmətlərə də tələbatları artır. Bu, turistlərin getdikcə daha çox səyahət etmələrində, müasir xidmətləri öyrənmələrində özünü göstirir və daha çox komfort tələb edir. Əhəlinin mobilliyinin yüksəlməsi də müşahidə olunur. Çoxlarının öz maşını var və onlar rahat şəkildə səyahətə çıxırlar. Səfər zamanı turistlərin xərcləri də artmaqdadır.

Tur operatorları təyyarə biletlərini birbaşa turist xidmətləri ilə (otellər, turizm agentlikləri və s.) birləşdirərək öz turpaketləri kimi satmağa başlayan aviakompaniyaların güclü rəqabəti ilə qarşılaşmaqdadır.

Psixoloji amillərin də əhəmiyyəti artmışdır. Turizm biznesində uğur qazanmaq üçün müştərilərlə emosional təmasa nail olmağı da öyrənmək lazımdır. Qonaqpərvərlik sənayesində xeyirxah işçilər tələb olunur.

Hər bir firmanın, şəhərin, yerin və hətta ölkənin öz imici və öz reputasiyası vardır. Məsələn, İtaliya spagetti, Finlandiya Santa Claus, Paris sevgi şəhəridir. İmic yaratmaq uzun və davamlı bir prosesdir.

XX əsrin sonlarında beynəlxalq turizm bazarında ciddi dəyişikliklər baş vermişdir. yeni dəbli turizm bölgələri meydana çıxmış və bununla əlaqədar rəqabət güclənmişdir. Belə yeni turizm bölgələrinə Cənub-Şərqi Asiya ölkələrini - Vyetnamı, Kambocanı, Laosu, habelə Sovet İttifaqının bəzi keçmiş respublikalarını, Latın Amerikasında Çilini, Afrikada - Cənubi Afrika Respublikasını göstərmək olar. Hətta bir vaxtlar turist axını yaradan Yaponiya da turistlərin diqqətini cəlb etməyə başlayıb: indi Yaponiya təkcə turist göndərmir, həm də turist qəbul edir.

Bəzi turizm bölgələri kifayət qədər yüksək turist xidmət təklif edir. Bir çox ölkələrin rəhbərləri turizmin inkişaf proqramlarında fəal iştirak edir; əyləncə parkları, yeni attraksionlar, görməli yerlər yaratmaq üçün böyük sərmayələr qoyurlar.

XXI əsrin əvvəllərində dünya turizm sənayesi təbiətin əvəzsiz neməti olan və III minilliyin insanların da zövq alması üçün ehtiyatlı yanaşma tələb edən rekreasion ehtiyatlarının qorunması və saxlanması problemi ilə üzləşmişdir. Rekreasiya ehtiyatlarından maksimum dərəcədə səmərəli istifadə etmək üçün bu ehtiyatlara artan tələbat ilə onlardan səmərəli istifadə arasında balans nail olmaq lazımdır.

Bir sözlə, Ümumdünya Turizm Təşkilatının (ÜTT) apardığı araşdırmalar göstərir ki, son illərin obyektiv çətinliklərinə baxmayaraq, beynəlxalq turizm sənayesi stabilliyini qoruyub saxlayır və dünya iqtisadiyyatının ən böyük, ən yüksək gəlirli və sürətlə inkişaf edən sektoru kimi mövqeyini qorumaqdadır. Turizm sahəsində effektiv dövlət siyasətinin həyata keçirilməsi üçün nüfuzlu icra hakimiyyəti strukturlarına malik olan dünyanın əksər inkişaf etmiş ölkələrinin rəhbərlərinin turizm sferasına maraq göstərməsi bunlarla bağlıdır [3. s. 267].

Nəticə

Yaxın zamanlarda əhəlinin daha geniş təbəqələrinin turizm səfərlərinə cəlb edilməsi və turist səfərlərinin sayının artması hesabına inkişaf etmiş sənaye ölkələrinin turizm bazarları stabil inkişaf edəcək. Yeni və inkişaf etməkdə olan turizm bazarları davamlı dinamik inkişaf və büdcə gəlirlərinin müvafiq artımı ilə xarakterizə olunur. Lakin bu sahədə dəyişikliklərin baş verməsi də mümkündür. Fikrimizcə, turizm Qərbi Avropa, ABŞ, Yaponiya və Kanadanın ənənəvi bazarlarından tədricən Mərkəzi və Şərqi Avropa (o cümlədən Rusiya), Çin, Cənubi Koreya, Meksika, eləcə də Yaxın Şərqdəki bəzi ölkələrə keçəcək.

ƏDƏBİYYAT

1. Мальська М. П., Антонок Н. В., Ганич Н. М. Международный туризм и сфера послуг // К.: Знання, 2008. – 798 с.
2. Трофимов Е. Н. Формирование рынка туристических услуг и международное сотрудничество // Международная жизнь, №2, 2010. – С. 98-101.
3. Казыбайкызы А., Муханова А.Е., Смагулова Ж.Б. // Успехи современного естествознания. – 2015. – № 1-2. – С. 265-269;
4. Дурович А.П. Организация туризма. Питер Пресс, 2009, 318 с
5. Экономика и организация туризма: международный туризм. //Под ред. И.А.Рябовой. М.: “КНОРУС”, 2005, 576 с.
6. Рагимов С.И. У Азербайджанского туризма большое будущее. АИТТ News, Баку, 2003, №2.
7. Квартальнов В.А. Экономика туризма. М.: “Финансы и статистика”, 2002, 376 с.
8. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология, и практика. М.: Финпресс, 2000, 464 с
9. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Организация деятельности. М.: “Финансы и статистика”, 2001, 204 с.

Фируза Гарахан гызы Аббасова
д.ф.э., Азербайджанский Университет Кооперации

Тенденция развития международного туризма

Резюме

Статья посвящается изучению международного туризма и перспективам его развития. Автор, ссылаясь на последние статистические данные и научные исследования, представляет информацию об изменениях, которые могут произойти в ближайшие годы в тенденции развития международного туризма.

Отмечая также, что развитие туризма будет стабильным, а доходы от этой области будут стабильными и устойчивыми, автор прогнозирует трансформацию, которой будут подвержены туристические рынки, а в частности об их перемещении из Европы в страны Азии, Африки и Латинской Америки. Наряду с этим автор подчеркивает, что и наша республика обладает туристическим потенциалом, отметив важность работы, которую следует реализовать в этой области.

Ключевые слова: *международный туризм, туристический регион, индустрия туризма, инвестиции, отдых, инфраструктура, доходы бюджета.*

Firuzza Garakhan Abbasova
doctor of philosophy in economics,
Azerbaijan Cooperation University

The Development tendency of international tourism

Summary

The article is devoted to the study of international tourism and its development prospects. Referring to the latest statistics and scientific research, the author presents information on changes that may occur in the coming years in the development trend of international tourism.

Noting also that tourism development will be stable, and income from this area will be stable and sustainable, the author predicts the transformation that is about to affect the tourism markets, and in particular about their movement from Europe to Asia, Africa and Latin America. Along with this, the author emphasizes that our republic also has tourism potential, stating the importance of the work that should be implemented in this area.

Key words: *international tourism, tourism region, tourism industry, investment, recreation, infrastructure, budget revenue.*